

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде предупреждения

по делу № 013/04/14.3-182/2024 об административном правонарушении

25 апреля 2024 года

г. Саранск

Резолютивная часть постановления объявлена 25 апреля 2024 года, 15.00

Постановление в полном объеме изготовлено 25 апреля 2024 года

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Мордовия (далее - Мордовское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении № 1405/24 от 12.04.2024г. и материалы дела № 013/04/14.3-182/2024 об административном правонарушении, возбужденного в **отношении юридического лица – Общества с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» <...>**,

УСТАНОВИЛ:

В рамках дела № 013/05/21-44/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе рассмотрены обстоятельства распространения на территории городского округа Саранск Республики Мордовия рекламы алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции - вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, а также водки ЛЕСНАЯ МОРОША, вариативно размещавшейся с 22 января по 07 февраля 2024 года с использованием плакатов, закрепленных на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>), которая распространялась вне зоны стационарного торгового объекта – магазина «Smart», где осуществляется розничная продажа алкогольной продукции. Решением Комиссии Мордовского УФАС России от 25.03.2024 № ЕЛ/1106/24 по делу № 013/05/21-44/2024 такая реклама была признана ненадлежащей, нарушающей требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе». Данный факт нарушения законодательства о рекламе стал поводом для составления в отношении рекламодателя и рекламораспространителя – ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...> протокола Мордовского УФАС России об административном правонарушении № 1405/24 от 12.04.2024г., согласно которому названному юридическому лицу вменяется совершение административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Протокол об административном правонарушении № 1405/24 от 12.04.2024г. из-за неявки законного представителя ООО «Сладкая Жизнь Плюс» составлен в его отсутствие и в присутствии <...>, представляющей интересы ООО «Сладкая Жизнь Плюс» по доверенности <...>. Копия составленного протокола об административном правонарушении № 1405/24 от 12.04.2024г. вместе с копией определения Мордовского УФАС России от 12.04.2024 № ДМ/1406/24 о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении вручены под расписку лично <...>, о чем имеются отметки в названных документах, при том, что копии таких документов также направлены по юридическому адресу ООО «Сладкая Жизнь Плюс» заказным письмом с уведомлением через Почту

России <...>, врученным адресату 18.04.2024.

Тем самым ООО «Сладкая Жизнь Плюс» надлежащим образом уведомлено о времени и месте рассмотрения настоящего дела.

С письмом ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...> поступило ходатайство о возможности рассмотрения в дистанционном режиме дела № 013/04/14.3-182/2024 об административном правонарушении, которое удовлетворено, в связи с чем вынесено определение Мордовского УФАС России от 17.04.2024 № ДМ/1485/24 об участии в рассмотрении дела № 013/04/14.3-182/2024 об административном правонарушении путем использования систем видео-конференц-связи, копия которого направлена по указанной в письме Общества электронной почте <...>, а также по юридическому адресу ООО «Сладкая Жизнь Плюс» заказным письмом с уведомлением через Почту России <...>, не полученным адресатом по зависящим от него причинам.

Рассмотрение дела № 013/04/14.3-182/2024 об административном правонарушении состоялось в назначенное время, к которому также приобщены материалы дела № 013/05/21-44/2024.

Содержание протокола об административном правонарушении № 1405/24 от 12.04.2024г. соответствует требованиям статьи 28.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, каких-либо нарушений при его составлении не выявлено.

К протоколу об административном правонарушении № 1405/24 от 12.04.2024г. приложены письменные пояснения ООО «Сладкая Жизнь Плюс» б/н от 12.04.2024 <...>.

Статьей 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях определено, что федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы рассматривают дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 настоящего Кодекса.

Согласно нормам части 1 статьи 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях давность привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе исчисляется сроком в один год.

На момент составления и рассмотрения протокола об административном правонарушении № 1405/24 от 12.04.2024г. срок исковой давности еще не истек.

С учетом изложенного, протокол об административном правонарушении № 1405/24 от 12.04.2024г. рассматривает заместитель руководителя Мордовского УФАС России <...> по месту совершения административного правонарушения в порядке статьи 25.15, части 1 статьи 29.5, статьи 29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отсутствие законного представителя ООО «Сладкая Жизнь Плюс», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения настоящего дела, и в присутствии <...>, присоединившейся к сеансу видеоконференцсвязи по ссылке <...> и представляющей интересы ООО «Сладкая Жизнь Плюс» по доверенности <...> (предъявлен паспорт), которой разъяснены права и обязанности, предусмотренные частью 5 статьи 25.5 Кодекса Российской Федерации

Федерации об административных правонарушениях, и от которой отводов не поступало.

При рассмотрении дела № 013/04/14.3-182/2024 об административном правонарушении представитель ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...> с допущенным Обществом нарушением согласилась, сославшись на ранее предоставленные письменные пояснения ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>.

Оценив в порядке статьи 26.11 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях имеющиеся в материалах настоящего дела доказательства, уполномоченное должностное лицо территориального антимонопольного органа пришло к следующим выводам.

При проведении наблюдения за соблюдением обязательных требований на территории городского округа Саранск Республики Мордовия специалистами Мордовского УФАС России выявлен факт распространения 30 - 31 января 2024 года в помещении тамбура на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>) рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ по скидкам с приложением Smart с 22 января по 04 февраля, а также продолжающееся распространение 05 февраля 2024 года в помещении тамбура на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>) рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, дополненное распространением рекламы ВОДКИ ЛЕСНАЯ МОРОША.

Факты распространения указанной рекламы алкогольной продукции (вина и водки) зафиксированы актом проведения наблюдения обязательных требований в сфере рекламы от 31.01.2024, а также актом проведения наблюдения обязательных требований в сфере рекламы от 05.02.2024, составленными специалистами Мордовского УФАС России (приобщены к материалам настоящего дела), которые свидетельствуют о следующем.

На остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>), просматриваемом изнутри помещения тамбура, слева при движении на выход из торгового центра закреплены два плаката с зафиксированной 30 - 31 января 2024 года информацией:

«Скидки с приложением Smart от 659⁹⁰ ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery»;

«Скидки с приложением Smart 469⁹⁰ 399⁹⁰ ВИНО ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ белое, красное сухое Испания 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «GENTE CORRYENTE» «GENTE CORRYENTE», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery».

На остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>), просматриваемом изнутри помещения тамбура, слева при движении на выход из

торгового центра закреплены два плаката с зафиксированной 05 февраля 2024 года информацией:

«Скидки с приложением Smart от 659⁹⁰ ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 05 по 18 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery»;

«с 05 по 18 февраля smart* 299⁹⁰ ВОДКА ЛЕСНАЯ МОРОЩА №1 40% Россия 0,5 л низкие цены для лучшей жизни *умный Цены действительны в супермаркетах SMART. Цены указаны в рублях. Акция действует при условии наличия товара. Внешний вид может отличаться от представленного. Количество товара ограничено. Цены действительны с 05 по 18 февраля 2024 года. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображением бутылки с этикеткой «ЛЕСНАЯ МОРОЩА на минеральной воде ВОДКА ЭКОспирт и минеральная вода рожденная в Карелии уровень 1 мягкости».

Материалами дела № 013/05/21-44/2024 установлено, что такая информация демонстрировалась в период с 22 января по 07 февраля 2024 года.

Вариативно демонстрируемая для всеобщего обозрения информация о конкретном товаре - «от 659⁹⁰ ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л», «~~469⁹⁰~~ 399⁹⁰ ВИНО ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ белое, красное сухое Испания 0,75 л», «299⁹⁰ ВОДКА ЛЕСНАЯ МОРОЩА №1 40% Россия 0,5 л» с изображением образцов таких вин и водки с оригинальными этикетками направлена на привлечение внимания потребителей к ассортиментному ряду конкретной алкогольной продукции, реализуемой в супермаркетах Smart по скидкам с приложением Smart в периоды действия акции с 22 января по 04 февраля и с 05 по 18 февраля, на формирование и поддержание интереса к такой алкогольной продукции и ее продавцу Smart, призвана способствовать реализации алкогольной продукции, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Объектом рекламирования рассматриваемой рекламы являются вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, предлагаемые по скидкам с приложением Smart с 22 января по 04 февраля, вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, предлагаемые по скидкам с приложением Smart с 05 по 18 февраля, а также водка ЛЕСНАЯ МОРОША крепостью 40%, предлагаемая по акции в супермаркетах Smart с 05 по 18 февраля.

В торговом центре «Арена» (г. Саранск, <...>) наряду с другими объектами торговли находится магазин «Smart», брендированная вывеска которого, среди прочих вывесок, размещена на фасаде названного торгового центра.

Магазин «Smart» является объектом торговли ООО «Сладкая Жизнь Плюс», в торговом зале которого, в секции «Алкогольные напитки», выставлены для продажи поименованные в рекламе вина с такими ценниками, как вино АСТИ КОНТЕССА бел сладкое 7,5% 0,75л Италия, ПРОСЕККО КОНТЕССА бел брют 11% 0,75л Италия, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ айрен белое сухое 11% 0,75л Испания, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ темпранильо красное сухое 12,5% 0,75л Испания, а также поименованная в рекламе водка с таким ценником, как водка МОРОША уровень мягкости 1 40% 0,5 л Россия цена за шт. 299⁹⁰ (акты проведения наблюдения обязательных требований в сфере рекламы от 31.01.2024, от 05.02.2024).

Общество с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» <...> значится в Едином государственном реестре юридических лиц, сведения о котором размещены на официальном сайте Федеральной налоговой службы egrul.nalog.ru, и основным видом деятельности которого является торговля оптовая пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями (ОКВЭД 46.3), в том числе среди дополнительных видов деятельности - торговля розничная пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах (ОКВЭД 47.2), а также имеет лицензию <...>, выданную Министерством экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия, на осуществление деятельности по розничной продаже алкоголя по месту нахождения обособленного подразделения: Республика Мордовия, г. Саранск, <...>.

ООО «Сладкая Жизнь Плюс» с целью организации своей торговой деятельности арендует помещение по адресу: г. Саранск, <...>. Данные обстоятельства подтверждаются договором аренды <...>, заключенным между ИП <...> и ООО «Сладкая Жизнь Плюс».

Согласно сведениям, предоставленным с письмом ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>, по указанному месту нахождения помещения торговли (г. Саранск, <...>) реализуется в ассортименте как крепкий алкоголь, в частности, водка, так и вино.

Соответственно, ООО «Сладкая Жизнь Плюс» на законных основаниях занимается розничной продажей алкогольной продукции в магазине «Smart» (г. Саранск, <...>) и является продавцом алкогольной продукции, в чьих интересах распространяется рассматриваемая реклама вина и водки.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей

пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк, виноградная водка, бренди), вино, крепленое вино, игристое вино, включая российское шампанское, виноградосодержащие напитки, плодовая алкогольная продукция, плодовые алкогольные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Тем самым рассматриваемой рекламой продвигаются реализуемые в магазине «Smart» вино АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ крепостью от 7,5% до 12,5%, а также водка МОРОША крепостью 40%, то есть конкретная алкогольная продукция крепостью более 5%.

Статьей 21 Федерального закона «О рекламе» в отношении рекламы алкогольной продукции установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания, а также на специализированных ярмарках винодельческой продукции (специализированный раздел ярмарки пищевой промышленности и сопутствующих товаров).

Из приведенных законоположений следует, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в пределах зоны стационарных торговых объектов, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, и не должна размещаться вне таких объектов торговли.

Однако в рассматриваемом случае реклама алкогольной продукции крепостью более 5% - вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, водки МОРОША распространяется вне зоны торгового помещения магазина «Smart», а именно, в тамбуре входной группы торгового центра «Арена», являющегося зоной интенсивного движения посетителей торгового центра, в котором находятся и другие торговые объекты, в частности, магазин «Детский мир», вывеска которого «ДЕТСКИЙ МИР новый магазин» размещена на стене тамбура недалеко от места расположения плакатов с рекламой алкоголя (видео-, фотоотчеты имеются в материалах настоящего дела).

Следовательно, распространяемая реклама алкогольной продукции направлена на находящихся за пределами магазина «Smart» потребителей, в том числе несовершеннолетних, а не на покупателей в месте продажи алкоголя, что недопустимо.

В данном случае ООО «Сладкая Жизнь Плюс», чья торговая деятельность по продаже алкоголя в магазине «Smart» продвигается рассматриваемой рекламой,

определило содержание такой рекламы и инициировало её распространение посредством размещения рекламных плакатов за пределами зоны торговли алкоголем, и тем самым выступило рекламодателем и рекламораспространителем.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодатель и рекламораспространитель – ООО «Сладкая Жизнь Плюс» вопреки законодательно установленным требованиям организовало распространение рекламы алкоголя в запрещенном месте и тем самым допустило нарушение части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Следовательно, вариативно распространявшаяся на территории городского округа Саранск Республики Мордовия в период с 22 января по 07 февраля 2024 года реклама «Скидки с приложением Smart от 659⁹⁰ ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery», реклама «Скидки с приложением Smart 469⁹⁰ 399⁹⁰ ВИНО ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ белое, красное сухое Испания 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «GENTE CORRYENTE» «GENTE CORRYENTE», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery», реклама «Скидки с приложением Smart от 659⁹⁰ ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 05 по 18 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery», реклама «с 05 по 18 февраля smart* 299⁹⁰ ВОДКА ЛЕСНАЯ МОРОША №1 40% Россия 0,5 л низкие цены для лучшей жизни *умный Цены действительны в супермаркетах SMART. Цены указаны в рублях. Акция действует при условии наличия товара. Внешний вид может отличаться от представленного. Количество товара ограничено. Цены действительны с 05 по 18 февраля 2024 года. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображением бутылки с этикеткой «ЛЕСНАЯ МОРОША на минеральной воде ВОДКА ЭКОспирт и минеральная вода рожденная в Карелии уровень 1 мягкости», размещенная поэтапно на двух плакатах (1 и 2 реклама – с 22 января по 04 февраля; 3 и 4 реклама - с 05 февраля по 07 февраля), закрепленных на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>) и просматриваемых изнутри помещения тамбура, слева при движении на выход из торгового центра, то есть вне зоны торгового помещения магазина «Smart», в котором осуществляется розничная продажа такой

алкогольной продукции, нарушает требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» и поэтому является ненадлежащей рекламой.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2.1 статьи 21 настоящего Федерального закона.

В рассматриваемом случае рекламодателем, одновременно выступившим рекламопроизводителем, является ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>, чьими действиями опосредовано и выражено распространение ненадлежащей рекламы.

ООО «Сладкая Жизнь Плюс» имело и правовую, и реальную возможность выполнить обязанность по соблюдению требований законодательства о рекламе, однако не проявило разумной заботливости и осмотрительности по соблюдению требований, установленных частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», следствием чего стало распространение ненадлежащей рекламы, за что предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 17 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Соответственно, ООО «Сладкая Жизнь Плюс» допустило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Следует отметить, что состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Временем и местом совершения административного правонарушения является период и место распространения рассматриваемой ненадлежащей рекламы с 22 января по 07 февраля 2024 года на территории городского округа Саранск Республики Мордовия, <...>.

Представитель ООО «Сладкая Жизнь Плюс» в лице действующего по доверенности представителя <...> в составленном протоколе об административном правонарушении № 1405/24 от 12.04.2024г. отметила, что «с протоколом согласны» и при этом приложила к такому протоколу письменные пояснения ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>, в которых Общество просит принять во внимание ряд факторов, а именно, прекращение распространения ненадлежащей рекламы, своевременное предоставление необходимой информации и материалов и содействие при рассмотрении дела, незначительное количество рекламоносителей, отсутствие жалоб со стороны потребителей рекламы, совершение правонарушения впервые, отсутствие пренебрежительного отношения к положениям законодательства о рекламе, ненамеренный характер правонарушения, раскаяние Общества в содеянном, и исходя из того, что действия Общества, по его мнению, не нарушают прав и свобод человека и гражданина, здоровья граждан, санитарно-эпидемиологического благополучия населения, общественной нравственности, окружающей среды и не влекут общественно опасных последствий или реальных угроз их наступления, с учетом которых возможно принять одно из решений: признать содеянное малозначительным и освободить Общество от административной ответственности, ограничившись устным замечанием; в случае непризнания содеянного малозначительным назначить наказание ниже низшего предела согласно ч.3.2 ст.4.1 КоАП РФ.

Исследовав и оценив обстоятельства настоящего дела в их совокупности, уполномоченное должностное лицо территориального антимонопольного органа пришло к следующим выводам.

В рассматриваемом случае объектом правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективная сторона административного правонарушения заключается в нарушении части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении ненадлежащей рекламы алкогольной продукции крепостью более 5% - вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, водки МОРОША вне зоны торгового помещения, где осуществляется розничная продажа такого алкоголя.

Субъектом правонарушения в данном случае является юридическое лицо – рекламораспространитель, выступивший одновременно рекламодателем, ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>.

В силу части 1 статьи 1.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно пункту 1 статьи 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Частью 2 статьи 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях определено, что юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Согласно разъяснениям, содержащимся в пункте 16.1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при рассмотрении дел об административных правонарушениях следует учитывать, что понятие вины юридических лиц раскрывается в части 2 статьи 2.1 КоАП РФ. При этом в отличие от физических лиц в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (статья 2.2 КоАП РФ) не выделяет.

Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части КоАП РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ). Обстоятельства, указанные в части 1 или части 2 статьи 2.2 КоАП РФ, применительно к юридическим лицам установлению не подлежат.

В данном случае при реализации рекламодателем, одновременно выступившим рекламораспространителем, - ООО «Сладкая Жизнь Плюс» своей воли по распространению рассматриваемой ненадлежащей рекламы алкогольной продукции не установлены обстоятельства, находящиеся вне его контроля и препятствующие исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Все процессуальные права ООО «Сладкая Жизнь Плюс», в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, соблюдены.

В соответствии со статьей 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Из положений пункта 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» следует, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его

совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения. Данные обстоятельства в силу частей 2 и 3 статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

ООО «Сладкая Жизнь Плюс» при выборе места размещения рекламы алкоголя обязано было руководствоваться требованиями части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», и при этом имело возможность не нарушать законодательно установленные требования, однако не проявило необходимой заботливости и осмотрительности для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонилось от обязанности соблюдать требования рекламного законодательства, и тем самым пренебрежительно отнеслось к исполнению возложенных на него Законом обязанностей, вследствие чего распространило ненадлежащую рекламу в зоне интенсивной посещаемости, в том числе магазина «Детский мир», в непосредственной близости от вывески которого в течение 17 дней демонстрировались рекламные плакаты с алкоголем, чем нарушило права и законные интересы потребителей рекламы, и такими незаконными действиями посягнуло на установленный, регламентированный государством, порядок распространения рекламы, создав тем самым существенную угрозу охраняемым общественным отношениям в сфере рекламы, направленным на ограничение рекламы алкоголя в целях недопущения причинения вреда жизни и здоровью граждан, сохранения и улучшения общественного здоровья в целом.

При таких обстоятельствах, принимая во внимание существенность угрозы охраняемым общественным отношениям и учитывая отсутствие исключительности рассматриваемого случая, оснований для признания малозначительным совершённого правонарушения не усматривается.

В рассматриваемом случае вина юридического лица – рекламораспространителя, одновременно выступившего рекламодателем, - ООО «Сладкая Жизнь Плюс» заключается в непринятии им исчерпывающих мер по соблюдению норм и правил рекламного законодательства.

Согласно части 3 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В процессе административного производства не установлено со стороны ООО «Сладкая Жизнь Плюс» совершения ранее административных правонарушений, в том числе нарушения рекламного законодательства. При этом ООО «Сладкая Жизнь Плюс», совершившее административное правонарушение, прекратило распространение ненадлежащей рекламы, оказало содействие антимонопольному органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, и при

этом раскаивается в содеянном. Приведенные обстоятельства принимаются как обстоятельства, смягчающие административную ответственность. Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено.

Согласно части 1 статьи 3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Частью 1 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях определено, что предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

В соответствии с частью 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Согласно части 3 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

В Обзоре судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 4 (2018), утвержденном Президиумом Верховного Суда РФ 26.12.2018 (п.43) указано, что помимо прочих условий, установленных ст. 4.1.1 КоАП РФ для возможности замены административного штрафа на предупреждение, основополагающим условием для применения указанной нормы КоАП РФ является то обстоятельство, что административное правонарушение совершено впервые, то есть преференция, предусмотренная ст. 4.1.1 КоАП РФ, является исключительной. При этом при

рассмотрении вопроса о возможности замены административного штрафа на предупреждение должны учитываться совершенные ранее иные административные правонарушения, в том числе не являющиеся однородными по отношению к рассматриваемому правонарушению.

Уполномоченное должностное лицо антимонопольного органа, оценив характер и конкретные обстоятельства совершённого правонарушения, роль правонарушителя, его имущественное и финансовое положение, находит, что в отношении ООО «Сладкая Жизнь Плюс», виновного в совершении административного правонарушения, санкции по которому предусмотрены частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, как к юридическому лицу, впервые совершившему административное правонарушение в области рекламы, может быть применена мера административного наказания в виде предупреждения.

С учетом фактически установленных обстоятельств выраженное в письменных пояснениях ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...> ходатайство о признании содеянного малозначительным либо снижении штрафа ниже низшего предела не подлежит удовлетворению.

На основании приведенных положений Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и установленных в процессе административного производства обстоятельств применение к ООО «Сладкая Жизнь Плюс» административного наказания в виде предупреждения будет отвечать принципам соразмерности и справедливости наказания, соответствующим характеру совершённого административного правонарушения, и при этом позволит достичь предупредительные цели, установленные частью 1 статьи 3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а также обеспечить соответствующую защиту охраняемым Законом государственным и общественным интересам.

Руководствуясь частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», а также статьями 3.1, 3.4, частью 1 статьи 4.1.1, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать **юридическое лицо – Общество с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс»** <...> нарушившим часть 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, поскольку им не соблюдены требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Заменить **юридическому лицу – Обществу с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс»** <...> наказание в виде административного штрафа на предупреждение.
3. В соответствии со статьей 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупредить **юридическое лицо – Общество с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс»** <...> об административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе, предусмотренной статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 29.11 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП) постановление по делу об административном правонарушении объявляется немедленно по окончании рассмотрения дела. В исключительных случаях по решению лица (органа), рассматривающего дело об административном правонарушении, составление мотивированного постановления может быть отложено на срок не более чем три дня со дня окончания разбирательства дела, за исключением дел об административных правонарушениях, указанных в частях 3 - 5 статьи 29.6 настоящего Кодекса, при этом резолютивная часть постановления должна быть объявлена немедленно по окончании рассмотрения дела. День изготовления постановления в полном объеме является днем его вынесения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии со статьей 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу: после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано; после истечения срока, установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление; немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

Заместитель руководителя

Управления

<...>